

発行所(郵便番号100)
 東京都千代田区丸の内2-4-1
 丸の内ビルディング781号室
 社団法人スウェーデン社会研究所
 Tel (212) 4007-1447
 編集責任者 高須裕三
 印刷所 関東図書株式会社
 定価200円(年間購読料参千円)
 1977年6月25日発行
 第9巻 第5号
 (毎月1回25日発行)
 昭和44年12月23日第3種郵便物認可

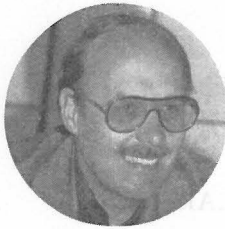
スウェーデン社会研究月報

Bulletin Vol. 9 No. 5

Japanska Institutet För Svensk Samhällsforskning
 (The Japanese Institute for Social Studies on Sweden)
 Marunouchi-Bldg., No. 781. Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan

当研究所創立10周年の記念事業として

KF国際部長ヘルゲ・ルンドベルイ氏 夫妻を迎えて



理事 日本大学経済学部教授 内藤 英憲
 Prof. Hidenori Naito

本研究所創立10周年記念事業の一環として、スウェーデン消費協同組合連合会(KF)の国際部長ヘルゲ・ルンドベルイ氏御夫妻が来日されました。4月10日から4月17日にいたる同御夫妻の日程は別掲のとおりであります。御多忙の中をわれわれの招待を快諾された御夫妻の御好意に対して謝意を表します。同時にわれわれのこの企画に対して、絶大の御後援を賜ったスウェーデン大使館、全国農業協同組合連合会、全国農協観光協会、家の光協会、日本生活協同組合連合会、兵庫県生活協同組合連合会、埼玉県勤労者生活協同組合等の関係各位に対しても、ここに深く御礼を申し上げます。

スウェーデン経済社会は、企業と労働組合と協同組合の三本柱によって支えられているといわれています。ここにその協同組合運動のめざましい展開は、全く特異のものであり、なにかんづく核としてのKFは、その経営システムにおいて、その規模において、世界に比肩するものはありません。

事実、KFは消費協同組合連合会として巨大というだけでなく、1個の事業体としても1975年で年商108億をもつ、スウェーデン最大の事業体なのであって、周知の自動車のボルボや、ベアリングのSKFより大きな組織なのであります。KFは傘下188単協にその売上の83%にあたる財貨を供給し、30%にあたる財貨を傘下50の製造企業に

よって生産させています。もちろん単協間の連絡、従業員教育、経営指導もKFの重要な任務であり、その結果、ドームス(百貨店および大型雑貨店)、オブス(ハイパーマーケット)、コンスム(スーパーマーケットおよび食品店)等すぐれた店舗形式をいち早く整備するなど数々の新機軸をみだし、ある意味では世界の流通業界をリードしております。また輸出入や、後進国援助にも力を尽しており、KFの「国境を越えて」の標語とへのシムボルマークは、世界にあまねく知られるところとなっております。

当研究所10周年記念における日瑞親善のきずなとして、ルンドベルイ氏のような権威をお招きできましたことは、まことに欣快にたえないところであります。とくにルンドベルイ氏の場合は、ス

目次

KF国際部長夫妻を迎えて……………内藤 英憲	1
KF国際部長ルンドベルイ氏の講演……………	2
" 夫妻日程……………	5
" "来日中スナップ…	6
スウェーデンに見るインフレと 不況下の福祉政策・研究シリーズ(1)……………	7
本報告の総括……………西村光夫	7
スウェーデン福祉政策の基本線……………高須裕三	8
スウェーデンのトピック……………	10
第4回福祉社会の調査視察団のお誘い……………	12

トックホルム大学においてM. A. の学位を得られた後ただちにKFに入り、1961年から69年まではアシスタント・ディレクター、70年以降は国際部長として、長期に亘ってKFの渉外活動にあたっている方であり、わが国からの訪問者全てが大なり、小なり、彼の地においてお世話になっている方です。したがってわが国においても、ルンドベルイ氏と面識のある友人、知己にはまこ

とに多数の人々がおり、この意味でもルンドベルイ氏御夫妻の今回の来日は、その親善効果が非常に大きいものと考えている次第であります。

期間中ルンドベルイ氏御夫妻は短い日程の中を精力的に活動され、彼我の協同組合運動に対する情報交換に力をつくされたわけではありますが、以下は11日に農協ビルにおいて行なわれた講演の要旨であります。

KF国際部長ヘルゲ・ルンドベルイ氏の講演

EVOLUTION OF LARGE STORES IN SWEDEN, PARTICULARLY WITH REFERENCE TO THE COOP GROUP

Lectured in Tokyo and Kobe by Mr. Helge Lundberg, Director of International Department of Kooperativa Förbundet

The establishment of large stores - department and variety stores as well as hypermarkets - started more actively in the 1950s. The demand for more and new types of goods sold in modern, attractive stores accumulated during the war and was more marked during the 1950s with the rapidly increasing standard of living. Concentration of population to large cities, the fact that more and more consumers preferred shopping by car and became increasingly interested in freedom of choice further accentuated the need of the new type of store, the department store.

Department stores in Sweden were scarce in number around 1950. Only some 30 were in operation in the country, out of which about 10 were cooperatively owned. 3% of the total Swedish retailing passed through the department stores. The 10 cooperatively owned units, however, accounted for as much as 10% of the aggregate coop retail sales.

In 1956 the Coop Group decided to embark on department store trade in a more organised manner, in order to meet the wishes and demands of the cooperative members and the consumers in general. A special organisation for the establishment of department stores was formed, and any society wishing to take the step into the department store era was offered to become a member and thus got access to the planning, operation and training resources of the newly formed organisation DOMUS.

A programme of action was adopted by the Coop Congress and every effort was made for a rapid and joint implementation of the plan for the DOMUS department store evolution.

The strong and united acting of the Coop Group also affected its competitors, the private enterprisers, who were organised in two large chains, TEMPO and EPA. The competitors immediately took up the gauntlet and property was bought in all major trading areas throughout Sweden.

In 1957, the situation of department store trading in Sweden was the following:

Retail group	Name of stores	No. of stores	Sales mill. Skr	Share of sales
Coop Group	DOMUS	15	100	4 %
Åhléns	TEMPO	26	350	65%
NK	NK+EPA	18	150	85%

The endeavours of all chains involved to open new stores were concentrated and purposeful. Through the expert resources of its DOMUS department store organisation, the Coop Group could unite all forces, and during the period 1957-1960, 15 additional new department stores were opened yearly. The share of the department stores of the total coop retail sales increased from the 4 % mentioned above to 8 %. The profit that could be derived from the initially very lucrative large stores was used to restructure the enormous net of small coop stores, approximately 6,500 at that time, as well as to build up a new wholesale and warehouse organisation for the Group.

Within the DOMUS department store organisation functions were built up for market research, retail planning and operation, buying and staff recruitment/training. These functions were later on integrated into KF and became the basis of KF's present buying organisation for non-food. The retail planning functions formed a special division within KF with the task of giving the coop societies advice in the running of large stores.

As the large units affected essential parts of the community, the neighbourhood and the surroundings in which they were established, the Coop Group set up a Town Planning Department, which enabled the Coop Group not only to acquire increased knowledge of planning conditions but also to give advice to municipal and state bodies.

From the start of the new coop chain it was considered important to create an appealing image based on the formula

1. Quality of personnel
2. Quality of merchandise
3. Quality of interior and exterior design

The competitors did all they could to discredit the endeavours of the Coop Group. The high ambition to base the evolution on the principle of quality was planned to be a long-term programme. In spite of certain problems during the initial period, it is today an obvious fact that this was the right policy.

As early as in 1965, the favourable results of the explosive evolution of large stores were manifest. The Coop Group had taken the lead on the Swedish department store market and accounted for 45% of the trade of those stores. The corresponding figure for the two private chains together was 33%.

In 1965 the situation in the department store market segment was the following:

Retail group	No. of stores	Sales mill. Skr	Share of sales
Coop Group	141	2,000	35%
Åhléns	75	850	85%
NK+EPA	85	800	90%

At that time the department stores had also become a major factor in cooperative retailing. The DOMUS stores accounted for close on 40% of the cooperative sales and 60% of the earnings were generated by these large units. We could firmly state the fact that without

the establishment of the DOMUS stores it would have been extremely difficult

1. to meet the coop members' requirements and wishes for non-food and attractive stores
2. to reorganise and modernise the network of many small coop stores
3. to meet our employees' demands for better working conditions, higher salaries, prospects of promotion, etc.

An optimistic outlook on the future, dynamic and progressive action characterized the Coop Group. A firm basis for continued successful work for the organised consumer had been laid down. In the middle of the 1960s, the hypermarket/superstore entered Swedish retailing. The number of persons shopping by car had increased considerably, and town planners, persons working out retail strategy, as well as consumers, needed a solution of such problems as traffic jams in city areas, supply of durables, which were more and more in demand and required increased storage space, rising costs for renting of large areas in the cities, etc. The Coop Group reacted quickly and started its first hypermarket in 1963 and the second in 1967. The private chain stores also established new superstores.

Of course the arrival of a new member of the coop retail family asked for a new internal strategy of merchandising, store planning and operation, as the hypermarkets in the first establishments created internal competition between the different types of stores, such as food stores, department stores and food supermarkets.

A thoroughgoing change of retail strategy was made for the large units.

The department and variety stores should concentrate on personnel-intensive and -demanding products and services, while the hyper-markets should take care of space-demanding durables and sell basic daily necessities in large quantities. For the first period an elaborated retail strategy of the following appearance was implemented. (Picture)

The success of the hypermarkets and department stores continued, and in 1970 the situation was the following:

Retail group	Number of		% of total sales in	
	Dept. stores	Hypermarkets	Dept. stores	Hypermarkets
Coop Group	158	8	42%	8 %
Åhléns	105	3	90%	10%
NK+EPA	98	4	92%	8 %

Within the Coop Group we could in 1970 state the fact that the major development phase for the department stores was behind us. This applied to the evolution of hypermarkets, too. Most markets and segments thereof had been covered by sales units with sufficient capacity to cater for increased demands. As regards the department stores, the major part of the work during the 1970s was therefore devoted to adapting these units to changes in market conditions, in order to achieve better utilisation of the capacity of existing stores.

The 1970s have, however, brought about new problems. In recent years, the single-line retailers have had a great up-swing and the specialty stores have increased in number and importance. This forced the Coop Group to reorganise some of its department stores and embark on the establishment of a new type of stores, the furnishing and home decoration unit, called INTERIÖR. At present the Coop Group has 4 INTERIÖR units and up to 1980 another 10 such units are planned. Through this measure the Coop Group intends to

increase its share of the furniture market from at present 11% to 18-19%.

The acquisition of one of Sweden's largest travel agencies, RESO, on January 1st, 1977 gave the Coop Group access to a new, expanding market in the field of travels, holiday arrangements, hotels, which will further strengthen the Group's market position as well as enable our members to control another important segment of consumption.

The merger of the two private department store chains TEMPO and NK/EPA in the autumn of 1976 has created a situation of extremely keen competition. The existence of a strong Coop Group has probably saved the retail market from State intervention, all for the purpose of keeping up competition on the market.

スウェーデンのKFルンドベルイ国際部長夫妻日程 (昭和52年4月)

4 月	行 事
10日(日)	来日 NW21 (A T 22 HR)
11日(月)	日本生活協同組合連合会訪問 歓迎昼食会 (スウェーデン社会研究所主催) 講演会 (全国農業協同組合連合会主催) 大使館訪問、家の光協会の茶道等接待 晩餐会 (全国農業協同組合連合会主催)
12日(火)	日本経済新聞主催のインタビュー 京都へ旅行
13日(水)	農協施設 (枚方市星田店) 視察…… (全農主催) 灘神戸生協施設の視察…… (兵庫県生協連主催) 晩餐会 (兵庫県生協連主催) 神戸新聞社主催のインタビュー
14日(木)	講演会 (兵庫県生協連主催) 伊東市へ旅行 晩餐会 (スウェーデン社会研究所主催)
15日(金)	東京へ 途次に鎌倉、箱根観光 晩餐会 (家の光協会主催)
16日(土)	埼玉県勤労者生活協同組合の施設の視察 晩餐会 (埼玉県勤労者生活協同組合主催)
17日(日)	帰 国

KF国際部長ルンドベルイ御夫妻来日中スナップ



ルンドベルイご夫妻とフリッツォン大使館報道官（右端）一灘神戸生協組合長室にて



全農主催の東京講演会（農協ビルにて）



全農主催の星田店訪問



兵庫県生協連主催の関西講演会（兵庫県立神戸中央労働センターにて）



埼玉県勤労者生協主催歓迎会

スウェーデンに見るインフレと不況下の福祉政策

研究シリーズ(1)

昭和51年度厚生科学研究として、このほど、その報告書を厚生省に提出した「スウェーデンに見るインフレと不況下の福祉政策」に関する研究（主任研究者 当研究所所長 西村光夫）の内容を本号以下に掲載してご高覧に供します。

（目次と執筆者）

総括	スウェーデン社会研究所所長	西村光夫
1 スウェーデン福祉政策の基本線	当研究所常務理事	日大教授 高須裕三
2 インフレーション下におけるスウェーデンの福祉財政	当研究所顧問	小野寺信
3 インフレ下の年金制度と老人福祉	当研究所評議員	小野寺百合子
4 スウェーデンにおけるスタグフレーション下の福祉政策	当研究所理事	中央大教授 丸尾直美
5 スウェーデンの消費者政策	当研究所理事	日大教授 内藤英憲
6 スウェーデンの勤労者福祉	当研究所研究員	東海大助教授 永山泰彦

本報告の総括

所長 西村光夫
President Teruo Nishimura

われわれ「スウェーデン社会研究所」の研究グループに与えられた課題は、「スウェーデンに見るインフレと不況下の福祉政策」というのである。

願れば1950年代の戦後の窮乏期には、生活ギリギリの必要不可欠の線が福祉政策として主張されたので、それは経済政策とは一応切離して推進され得た。1960年代は「豊かな社会」であったので、個人所得も国家・自治体収入も余裕ある状況で、この時期の福祉政策も、経済政策とは一応切離して福祉を自己目的とする推進が可能であった。

ところが1970年代は、不況と物価高の併進するスタグフレーションが顕在化し、国庫・自治体の税収は大幅にダウンし、企業も不況により60年代に見られたような賃上げの余裕もなく、失業も増加する傾向となった。かくて福祉政策と経済政策との融合が必要となってきた。

ここにおいて、福祉政策は、70年代において再検討され、新方向への創造開拓に迫られることになった。

スウェーデンと日本とは、その国自体の性質も

環境条件も、大きく異るとはいえ、70年代のスタグフレーションに対処すべき福祉国家のあり方としては相共に通じ合う共通線ももっている。

それゆえ、本課題の研究には貴重な示唆が含まれているものと思われる。それが幾分でも国策に織込まれうるならば、われわれの喜びもこれに過ぎるものはない。

第1稿「スウェーデン福祉政策の基本線——「現代化」政策により「本質的」解決へ——」は、従来の福祉政策の「個人」中心主義から「環境」中心への新動向への目覚めを説き、人口の地方分散化政策を福祉政策の根拠に据え、インフレ克服策としての協同組合の活用を説くもので、理論的にも実際的にも、その含蓄は多大である。そして最後に論及されるオンブズマン制度は、政治の妙諦として、その効果は真剣な検討に値するであろう。

第2稿「インフレーション下のスウェーデン福祉財政」は、70年代のスウェーデン福祉財政の統計的分析であり、その高福祉・高負担の状況が解

明されている。家計要素所得に対する（税＋社会保障料金）の割合は、1960年に25.7%、1969年に42.7%、1974年には44.5%まで増大した。かくて福祉予算は財政の可能な限度ギリギリまで来ていると説明されている。

第3稿「インフレ下の年金制度と老人福祉」は、現行制度の詳細な説明で、とくに75年から76年にかけて年金制度の上に取りあげられた新しい改正措置が解説されている。

第4稿「スウェーデンにおけるスタグフレーション下の福祉政策」は、世界的規模でのスタグフレーションの理論と実際とが経済学的に詳密に説明され、これの克服のためのスウェーデンの政策が、経済政策と福祉政策との融合の形で新しい様相をもって説示されており、わが国への示唆も多大であろうと思われる。

第5稿「スウェーデンの消費者政策」は、インフレ下に弱い消費者を護るべき消費者政策の種々相の解説である。とくに消費者オンブズマンや市場裁判所のアイデアは、従来わが国では研究があまりなされなかった所であるので、この際大いに示唆を与えるものであろう。

第6稿「スウェーデン勤労者福祉」は、一般の社会保障と併行して勤労者大衆の福祉にきわめて重要な部分である。本稿では1974年1月1日から改正された「労働安全法」および同年同月制定の「雇用保障法」を中心に法律の内容およびその意義が解説されている。

以上を要するに、本研究報告書は、種々の制約下でありながら、よくその課題に対応した内容をもつものと思われまますので、ここに提出申上げる次第であります。

スウェーデン福祉政策の基本線

——現代化政策により本質的解決へ——

常務理事 高 須 裕 三

The Basic Lines of Swedish Welfare Policy

Prof. Yuzo Takasu

(1) スウェーデン社会政策の特徴

—「本質的・現代化」政策の推進—

世界史の展開を、古代・中世・近代・現代の4段階に分けると、今日は「近代」がすでに午後3時か4時の斜陽の運勢となり、種々の末期的弊害現象を露呈し（その代表的なものはインフレと公害と、そして連帯感の欠如と）、他方ではそれを克服すべき「現代」化の線がすでに幾条か派生して、つぎの時代へ移行が始まっているという過渡期と見られよう。社会政策の本質を理解するためには、これを右のような歴史の段階の中に位置づけて考察することが必要となる。

そこで「近代」の宿弊を脱却する道は、「近代」を卒業して「現代化」社会創造の線を、螺旋状にUターンして形成していく以外にあり得ない。それが資本主義をもマルキシズムをも超克するものとしての「北欧民主社会主義」の基本線である。そして、北欧諸国中、スウェーデンの場合は、現代化路線を掲げる「社民党」が1936年以降こんに

ち近くまで40年間、連続長期安定政権を確保してきたことも、本質的社會政策を展開するのに好都合の条件であった。

ここで「本質的社會政策」というのは、「現象的社會政策」に対するもので、前者は「現代的社會政策」であり、後者は「近代的社會政策」ともいえる。すなわち、近代社会の社会問題として起こってくる貧困や失業に対し、近代社会の運営の仕方としての「金銭による決済」で手当を支給する施策は、膏藥を患部にはるように現象を治すのにとどまり、体質から健康にして治癒させる政策ではない。

スウェーデン社会政策の特徴として、他国のそれと識別される顕著な線は、「現象的」施策もするが、「本質的」政策の線が顕著なことである。たとえば近代の都市化を螺旋状にUターンさせる人口の地方分散化政策、近代の生活態度としての個人主義化を同じく止揚する協同組合組織、近代国家の官僚政治から市民を守るべきオンブズマン制度、などに「本質的社會政策」を見ることがで

きる。

さらに70年代に入ってからの最新のスウェーデンの社会政策として、個人中心主義から環境中心主義への推移の基本線がある。それは国および地域社会の「公害」予防措置、また職場環境の人間化政策（例、ボルボ自動車カルマル工場）に具体化されている。それらのすべては、わが国への多大の示唆を含んでいるのである。

(2) 人口の地方分散化政策

—現代化へUターンの基礎作り—

1970年代の世界の先進諸国ないしは福祉諸国家を脅かしつつある社会問題の二大元兇として、まず公害とインフレとが挙げられよう。今日、何ゆえに公害が起こり、またインフレとなるのか。それは種々の要因の複合であろうが、その「根拠」としては、社会の「近代化」に伴うマイナス面の累積、とくに大都市への人口密集化の積弊による体質悪化があげられよう。

そもそも「近代化」が進み、農業人口が減退し、第2次・第3次産業従事者が増加し、しかも彼らが大都市に集中化するならば、食料不生産人口の相対的増大は、需要・供給の経済法則で、食料の市価をつり上げ、毎日の生活必需品たる食料の値上がりを中心として物価騰貴の可能性が強くなる。また都市への人口集中化が、需給のアンバランスによって市街地の地価を騰貴させる可能性をはらむこともいうまでもない。さらに大気汚染、水不足、ゴミ、交通難、日照不足などの都市公害は、単なる対症療法によってはもはや救い難いもので、「病膏盲こうこうに入った」段階であることもいうまでもない。すなわち都市集中化という体質が、今日の諸々の社会・経済のマイナス現象の根底をなしているのである。

そういう過密克服の対策が、今日のスウェーデン社会政策の根幹をなすのであるが、それは結局、「近代」化社会の進路を螺旋状にUターンさせて、「現代」化社会を創造しようとするものなのである。

そのような政策のうちで、すでにこの国が実行に移しつつある大事業として、中央政府諸機関の地方疎開計画がある。社民党が与党であったとき、すでに政府職員4人に1人を都落ちさせる計画を立てていた。その後、1973年の総選挙で中央党は「デセントラリゼーション」を旗印として戦い、

76年総選挙では遂に政権の座についたが、同党は地理的にも機能的にも「地方分散化」を推進しようとしている。

(3) 協同組合政策

—消費・住宅・田舎別荘—

近代の論理は「あれか・これか」「黒か・白か」である。「消費者か・生産者か」の二者択一を迫ってくる。しかし実在の論理は「あれも・これも」「白でもあり黒でもある」という対立物の相互媒介の形をとる。たとえば消費者が協同組合を作り、その組合ではオートミールの生産を始めることになれば、その組合のメンバーは「消費者であり且つ（間接的な）生産者」となる。それは対立する両面をもつゆえに、もっとも実在的であり、それゆえに今日のインフレに対しても最も防衛的な装備なのである。

OECDが1975年2月10日に発表した加盟先進24国の消費物価統計によると、74年1年間で、主要先進国中第1位の上昇率を記録したのは日本で24.4%、アメリカは11%。スウェーデンは9.9%で、ひと桁内に留まりえた、という。その理由の中心線としては、同国における協同組合活動の充実普及を挙げねばなるまいと思われる。

つぎに住宅政策について見ても、スウェーデンは成功した国の上位に入るが、60年代において新築戸数の約3分の1は、住宅協同組合の建てたものであった。この国の誇る住宅協同組合の横網格としてのHSBは、もと1923年に借家人が組合を作り掛金を貯蓄し、そのプールした資本によって自らアパートを建築しようと志したものである。HSBとは「借家人貯蓄・建築組合」の略である。ここでも家屋に関し、借家人という単なる消費者から、同時に生産者でもあるという「現代的」なあり方へのUターンが、協同組合方式を介して行なわれ、それがこの国の住宅政策の基本原則となっているのである。

この住宅協同組合方式による建築戸数は、60年代を通じて着実に伸びてきたが、70年代に入ってからその勢いが鈍ってきた。それは第1に、都会への住宅供給がすでに十分の線に達しはじめたこと。第2に、一層根本的には、都市人口分散の基本政策に沿うべく、都会アパートから地方小都市作りへ、更に田舎別荘作りへと、建設の方向にUターンを起こさせてきたためである。

(4) オンブズマン政策

—「権威」の復活による「正義の味方」—

「近代」においては、「個人」と「国家」とを双軸として社会の物事が考えられてきた。しかし、近代の弊害克服のために、この両極の力の止揚された場として地域社会が考えられ、その機能集団として地域協同組合が脚光を沿びているのがスウェーデン型福祉社会の特質であると同様に、国家の代表としての行政当局と、個人、との間に、両者の止揚の場としての地域社会と、その具体化としての Ombudsman を想定することが、近代末期現象としての公害問題や種々の市民トラブルを解決すべき現代型政策の基礎となるのである。

ずばりと言って、オンブズマン制度は、「近代」合理主義の限界を超えて、「現代」的世界に入るための工夫である。19世紀的近代民主主義政治は、個人主義的平等の見地に立脚して、決定の方

法を多数決原理に任せた。そこで「量」のみが横行して「質」は消えることとなった。市民的自由は残ったが、「権威」は蒸発してしまった。権威の喪失も近代の末期現象の一特徴である。

近代では被害を受けた市民は裁判所に訴える道はあるが、時間的にも金銭的にも安直でないので結局泣き寝入りのケースが多い。スウェーデンのオンブズマンは、きわめて安直に駆け込み訴えができることが一筋の救いである。近代の形式化した法律概念の頭からは、そういう安直さは、いわば中世の「大岡さばき」とか「水戸黄門」的なにわぶし調の復活と批判されるかもしれない。しかし今日、義務の裏打ちのない「権利」が呼号され、法律の適用だけではどうにも片づかない社会的トラブルが山積されているとき、市民を守り、所を得た調整を行ない、しかも衆人を納得させうる人格的権威としてのオンブズマンの効果は、わが国でも検討され摂取されるに値するものであろう。

スウェーデンのトピック

<閣僚の持株=397,373 クローネ>

1974年の11月、社民党がまだ政権の座にあった頃、自由党のB・ムウリオン氏は国会で当時の大蔵相G・ストレンジ氏に「大臣及び政府高官の持ち株を公表する意志はないか。」と質問したことがある。ストレンジ氏は「そんなことは考えたこともない。」と一蹴したが、その後しばらくの間マスコミでは大臣の株の所有についての論議が盛んだった。

アメリカでは最近、下院議員の贈与、負債、不動産、持ち株などを含む個人の「財産」を毎年、公表する決定を行なったし、ホワイトハウスはカーター大統領の指示で2月25日、新政府のメンバーの「財産」を発表している。この開放的なアメリカの政策に対するスウェーデンの政治家の反応はどうだろうか？ 保守党党首で経済相のG・ポーマン氏は閣僚の持株を公表するような法案は考えうると述べているし、フェルディン首相は「多くのことが公となっている今日、閣僚の持ち株だけを例外にするのは難しいだろう」と語っている。後は賛否両論といったところだが、賛成の方が優勢のようである。だが中には、その動機には理解に苦しむし、プライバシーの侵害ではないかとい

う者もいる。

Veckans affärer 独自の調べでは、20人の大臣のうち13人が株の投資を行っており、最高は自治相J・アントンソン氏の166 115クローネである。株を所有しない7人の大臣は、フェルディン首相、アールマルク副首相兼労働相、セーデル外相、クレンマルク国防相、ムンデブー予算相、ヨハンソンエネルギー相、ウルステン開発援助相である。

<リンケヴィイ中学の実験>

リンケヴィイは1960年代の後半に急速に発展したストックホルムの郊外の1つであるが、コンクリートの多い光景は一目で陰うつな印象を与える。ここにあるリンケヴィイ中学校は400人の生徒のうち半数が移民である。その多くは、フィンランド、トルコ、ギリシャ等から来ているが、学校で使われている言語は23にも及ぶ。スウェーデン人の生徒の多くも北部から最近、ストックホルムに移ってきた者である。言葉、宗教、家庭環境の違いによる生徒どうしの不信感は、極端な消極性という形であられたし、こうした厄介な状況に生徒が適応する難しさは、壊されたロッカー、ランプ、壁のなぐり書きなどによって如実に物語られていた。

1972年、中学校の校庭にコンクリートの彫刻を置くという話が持ち上った。公共の場に置かれる芸術品によくあることだが、この場合も芸術家は受け取る立場の必要性を全く知らずに注文品を作った。コンクリートに囲まれているリンケビイでは、これ以上コンクリートの彫刻など欲しくないと生徒も先生も両親も反対した。結局、彫刻は設置されないことになったが、これがきっかけとなって、生徒自身が学校を塗りかえることになった。直接のきっかけは、当時、美術大学へ通っていた何人かの生徒が、彫刻設置の際に作品を作る側と受け取る側の協力が必要だと特に強調していたリンケビイ中学校の校長と接触を持ったことであった。計画の実現の際に、技術的な指導をする為に芸術家が来たが、モチーフを決めて描くのは全て生徒自身であった。生徒達が自分の環境に責任を持つことによって、状況は変わった。作業を通じて生徒はお互いをよく知るようになったし、様々なグループで固まっていた生徒の間の壁が取り除かれると共に、「友達いじめ」も減った。学校が払った器物破損の損害額は、1973年2月の6500クローネ（邦貨、約43万円）が5月には1400クローネ（邦貨、約9万1千円）に減った。

当時、絵を描いた生徒達はもう卒業してしまっただが、昨年の秋に入ってきた新入生は、学校が明るくきれいなのを喜んでいるし、自分達も又、描いてみたいと思っているという。リンケビイ中学校は、今では周辺の学校の生徒の羨望の対象でもある。

＜スウェーデン防衛産業の抱える問題＞

昨年の秋、およそ40年ぶりに非社会主義政党の国防相が誕生した時には、スウェーデンの国防軍と軍需産業に十分な予算をもたらしてくれる救世主が現れたと考えた者は多かった。しかし、国防予算（1977—82年、約52億クローネ、邦貨約3380億円）が提出された現在、この期待は見事に裏切られたようである。期待していた額よりも3～4億クローネ不足の主な原因は、国防軍は賃金上昇

率を4%と見込んでいるのに対し、2%の補償しか得ていないことであるが、これは11000人の人員整理が必要なことを意味する。これがどうなるかを現在、予測できる者は誰もいないが、国防軍は内部の人員整理は5年間で2200人以上は無理と考えており、シワ寄せが軍事産業にくる公算は大きい。

しかし、こういった傾向を見越して数年前からすでに軍需産業は「生産の民間化過程」に入っている。スウェーデン・フィリップ社はこの過程を進めている企業の1つだが、同社は1960年代の軍需産業内のエレクトロニクス・ブームによって軍需物資の生産に大きく力を入れてきた。しかし、今日では状況が変り、年間総売上高17億クローネのうち約10分の1の1.75億クローネが軍事用である。

先述したような国防軍における賃金上昇による人件費の増加は物資調達費の削減を当然余儀なくされるが、1960年代半ばから予約期間の短縮や延期は軍需産業と軍部（Försvarets materielverkが、これに当る）の取り引き交渉の際の最大の問題である。例えば、戦闘機ヴィググンの生産は当初予定されていた800機の半分以下の330機にしかならない見込みであるし、昨年は7億クローネが物資調達費から人件費に回されている。

通常、企業は量産によって商品の1個当りのコストをダウンさせるが、政府からの注文量の減少は軍需産業にこれを難しくさせる。又、企業の市場競争力を国内的にも国際的にも低下させる結果となる。しかしながら、輸出はやはり最後の逃げ道である。実際、軍事用製品の輸出は1976年の3億2千万クローネから1976年の5億3千6百万クローネに逃げており、ブーフーシュの社長C・U・ウィンベリイ氏も「今後も続けて輸出に力を入れていく。」と述べている。

しかし、スウェーデンは「他国と戦争状態あるいは内戦状態にある国には武器を売れない」というアキレス腱を持っているのだが……。

◆ 新刊紹介 ◆

いま世界各国の経営者、管理者、労組幹部などに読まれているユニークなスウェーデンの実態調査報告書一

スウェーデンにおける 経営組織の革新

500の実験例から得た結論

スウェーデン経営者連盟 編著／高須裕三・丸尾直美監修／ガデリウス株式会社訳提供／

A B判／3500円／〒200

ボルボ、サーブなど数百社での実験をもとに、これからの経営組織・労働者参加・作業形態のあり方を具体的に提示した貴重な文献

■本書の主な内容 労働者の参加／職務再設計と現場の協力／監督の新しい役割／成果による報酬／グループとその環像など。

日 本 能 率 協 会

東京都港区芝公園3—1—22
電 (434) 6211・振東京2—112450

第4回 福祉社会の流通・生協視察調査団

下記により第4回の視察団派遣を計画いたしました。これには福祉政策の調査も折り込める見込でございますのでご参加をお願いいたします。詳細は、当研究所へご照会下さい。

期 間 昭和52年8月21日より9月4日まで
 旅行総費用（お一人様） 798,000円
 コーディネーター 東海大学助教授 永山 泰彦氏
 アドバイザー 東海大学教授 佐原 洋氏

視 察 先 一 覧（予定）

国及び都市名	視 察 先	特 色
スウェーデン (ストックホルム)	1 KF 2 テストキッチン 3 配送センター 4 ボールゴード 5 消費者庁 6 産業連盟 7 ニュータウン 8 LRF 9 HSB 10 OBS, DOMUS, KONSUM 11 NK 12 卸・小売研究所	消費協同組合連合会 協同組合大学 ストックホルム郊外のショッピングセンターをもつニュータウン 住宅協同組合 各種協同組合店舗 民間デパート
デンマーク (コペンハーゲン)	1 F. D. B 2 東海大学ヨーロッパ学術センター 3 大型ショッピングセンター 4 EKKO農産物センター 5 郊外農家	消費協同組合連合会
西ドイツ (ハンブルグ)	1 ショッピングセンター	
イギリス (ロンドン) (マンチェスター)	1 ロンドン生協 1 コープユニオン 2 ロッチデール記念館 3 CWS	イギリス生協本部 協同組合運動発祥地 卸売協同組合連合会
フランス (パリ)	1 SGCC	消費協同組合卸売組合